

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, F., & Herwin, H. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik Di Jakarta. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.235>
- Agustin, L. (2021). PENGARUH PRODUK KFC DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN RESTORAN CEPAT SAJI KFC DIPONEGORO SURABAYA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1202–1208.
- Ahmad, N. (2019). Mau'izhah Vol. IX No. 1 Jan -Jun 2019 165. *Mau'izhah*, 9(1), 165–182.
- Alamsyah, I., Wahyuni, S., & Mukhamad, Z. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Tropicana Slim Pada Hypermart Ponorogo City Center Di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial*, 15(1), 115–122. <https://doi.org/10.19184/jpe.v15i1.20275>
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96–104. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6688>
- Andrianata, M., Judi, S., & Fithrianto, M. N. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN IKAN BAKAR GATSU PROBOLINGGO. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 2658–2666.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). *Kualitas produk , citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang)*. 6(3), 96–107.
- Arifin, A., & Setyaningrum, D. (2022). *ANALISIS PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA, PROMOSI, CITA RASA, DAN CITRA MEREK*

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SOSIS KANZLER OLEH GENERASI MILENIAL (STUDI PADA KONSUMEN SWALAYAN INDOMARET SRAGEN). 10(1), 420–427.

Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta.

Arpizal. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perfektif Ekonomi Islam Pada Bisnis Online. *Jurnal Riset Dan Pengembangan Ekonomi Islam*, 5(1), 23–50.

Azizah, S., & Prasetio, A. (2019). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DI INSTAGRAM, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KANZ COFFEE & EATERY). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 348–359.

Barnes, J. . (2013). *Secrets of Customer Relationship Management*. Andi.

Barus, C. S., & Donalson, S. (2013). PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SOSMED CAFE ABDULLAH LUBIS MEDAN. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 1–15.
<http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/48>

Cahyani, S. F. N., Muhammad, I. F., & Suharto. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NASABAH PADA MASA PANDEMIK DI BANK SYARIAH. 1(2)*, 103–114.

Chiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Indeks.

Citra, T., & Suryono, D. B. S. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form melalui Kepercayaan Merek (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group , Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 5(2), 1–12.

Dewanti, R., Ismail, I., Jalu Tasrihanto, M., & Prabowo, A. (2009). Analysis of Influence Brand Trust and Brand Image Towards Purchase Decision the Private Label Product and Their Impact on Brand Loyalty. *Management Department Faculty of Business & Economics Universitas Surabaya*, 2(2), 1–19.

Dharmayana, I. M. A., & Rahanatha, G. B. (2018). *DAN KEPUASAN*

KONSUMEN TERHADAP NIAT MEMBELI KEMBALI I Made Arya Dharmayana I dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Pada persaingan bisnis saat ini yang semakin ketat baik dalam pasar domestik maupun internasional . Setiap perusahaan berusaha u. 6(4), 2018–2046.

- Ekasari, R., & Mandasari, E. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Digital Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy Di Kabupaten Sidoarjo. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.51804/iej.v4i1.1583>
- Esa, I., Mas, F., Yusuf, E., & Gunanto, A. (2020). Pengaruh Faktor Kesadaran Halal , Harga , Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Orichick di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(2), 283–298.
- Fahira, H., & Anik, L. (2022). Pengaruh Korean Wave dan Gaya Hidup Hedonia Terhadap Keputusan Pembelian Album Official BTS. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 148–159.
- Fajriah, L. R. (2018). Kenaikan Harga Pertamina Cs Kini Harus Atas Persetujuan Pemerintah. *Sindo News*. <https://ekbis.sindonews.com/berita/1296341/34/kenaikan-harga-pertamax-cs-kini-harus-atas-persetujuan-pemerintah>
- Farma, J., & Umuri, K. (2020). Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Strategi Promosi Produk Asuransi Takaful. *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, 15(1), 19–29. <https://doi.org/10.31603/cakrawala.v15i1.3268>
- Fatlahah, A. (2013). *View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk*. 1(2), 472–485.
- Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferrinadewi, E. (2009). *Merek & Psikologi Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Deepublish.
- Fitriany, & Kamaluddin, A. L. O. (2022). PENGARUH KOREAN WAVE

BRAND AMBASSADOR DAN BRAND PERSONALITY TERHADAP MINAT BELI PRODUK LANEIGE PADA WANITA GENERASI MILENIAL DI KOTA MAKASSAR. *E-Jurnal.Nobel*, 3(1), 39–51.

Ghozali. (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali. (2017). *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 7.0, Edisi 4*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro,.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gunawan, A. A., & Wibowo, A. E. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan pada Restoran Sederhana di Harbout Bay Batam. *JURNAL RISET MANAJEMEN*, 9(1), 57–67.

Guntur, M. E. (2010). *Transformasi Manajemen Pemasaran*. Sagung Seto.

Hakim, M. N., Suharto, A., & Rahayu, J. (2021). ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Rumah Makan Tulang Lunak Cak Sani Jember). *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 91–106. <https://doi.org/10.46576/bn.v4i2.1699>

Hastoko, Y. P., & Wati, W. R. (2022). Humantech Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 2(1), 163–173. <https://katadata.co.id/berita/2020/01/06/baru-83-peserta-bpjs-kesehatan-per-akhir-2019->

Hisan, K., & Rizkia, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Lazada (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Langsa). *Journal Ekombis Review*, 9(2), 255–262.

Jeon, J. S., & Yuwanto. (2014). *Era Emas Hubungan Indonesia-Korea: Pertukaran Kultural Melalui Investasi dan Migrasi* (ubungan In). Penerbit Buku Kompas.

- Kayawati, L., Kurnia, E., & Karawang, U. S. (2021). *MEMBANGUN CITRA MEREK SESUAI KONSEP*. 3(3), 39–49.
- Khafidatul, I., & Indra, K. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Marketplace Shopee di Mojekerto. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Khasanah, S. W. M., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Harga dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Dettol secara online pada masa pandemi Covid-19 di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(3), 1383–1389. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/download/40949/35359>
- Koeswandi, T., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2017). Pengaruh Atmosfer Terhadap Costumer's Impression dan Dampaknya Pada Minat Beli Ulang. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 33–41. <https://doi.org/10.17509/jimb.v8i2.12664>
- Kotler. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1* (Edisi 13). Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2012a). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2012b). *Marketing Management 13*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 13)* (Jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009a). *Manajemen Pemasaran. Alih bahasa: Bob Sabran*. PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009b). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (12th ed.). Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Krisnawati, N. S. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU No. 64.751.15 Samarinda. *EJournal Administrasi Bisnis*, 4(1), 222–236. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i3.345>
- Latan, H., & Ghozali, I. (2017). *Partial Least Square: Konsep, Metode, dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 5.0* (Edisi 3). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori)*. PT. Salemba Empat.
- Malonda, E. K., Massie, J. D. D., & Gunawan, E. (2021). PEMBELIAN GEPREK BENSU DI KOTA MANADO PADA MASA PANDEMI COVID-19 THE INFLUENCE OF PRICE AND QUALITY OF SERVICE ON THE PURCHASE DECISION OF GEPREK BENSU IN MANADO CITY DURING THE COVID-19 PANDEMIC Oleh : Jurnal EMBA Vol . 9 No . 4 Oktober 2021 , Hal . 1198. *Jurnal EMBA*, 9(4), 1198–1207.
- Mamahit, P., Soegoto, A. S., & Tumbuan, W. A. (2015). *PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA ALL NEW YARIS PADA PT. HASJRAT ABADI MANADO*. 15(05), 777–787.
- Mardiani, N. F., Wijayanto, H., & Santoso, E. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Informasi, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Martin Paris di Ponorogo. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 85–63. <https://doi.org/10.24269/asset.v3i1.2703>
- Marimin, A., & Musthofa, U. A. (2018). *Signifikansi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah*. 1(2), 137–150.
- Maulana, R., Aryani, L., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembeli Laptop Asus di Jakarta Selatan). *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 524–537.
- Merentek, F. Y., Joyce, L., & Soegoto, A. S. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK, SUASANA TOKO DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KFC BAHU MALL MANADO. *Jurnal EMBA*, 5(2), 2839–2847.
- Meutia, K. I., Hadita, H., & Widjarnarko, W. (2021). Dampak Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2), 75–87. <https://doi.org/10.37195/jtebr.v2i2.68>
- Mongisidi, S. J., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2019). PENGARUH

LIFESTYLE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE (STUDI KASUS MANADO TOWN SQUARE) EFFECT OF LIFESTYLE AND PRICE ON THE DECISION OF PURCHASE OF NIKE SHOES (CASE STUDY OF MANADO TOWN SQUARE). *Jurnal EMBA*, 7(3), 2949–2958.

Mu'nisah, S., Basalamah, M. R., & Hatneny, A. I. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republik Aloe Vera. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 2, 29–36.

Nurmalasari, D., & Istiyanto, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merek Wardah di Kota Surakarta. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(1), 42–49. <https://doi.org/10.56338/jsm.v8i1.1434>

Oktarini, R. (2020). Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Tangerang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 52. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.5016>

Purbasari, D. M., & Purnamasari, D. L. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 43–54.

Puspita, R. C., & Suryoko, S. (2018). Pengaruh Iklan, Harga, dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 19–24.

Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh Harga , Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier Influence of Prices , Product Quality and Brand Image on Garnier Product Purchase Decisions. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 98–104.

Rahmadani, A., & Anggarini, Y. (2021). Pengaruh Korean Wave dan Brand Ambassador pada Pengambilan Keputusan Konsumen. *Telaah Bisnis*, 22(1), 59. <https://doi.org/10.35917/tb.v22i1.225>

Rahman, A. (2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business Cara Jitu Merontokan Pesaing*. Trans Media Pustaka.

- Rajaguguk, A., Mukhrizal, E., & Ade, S. (2021). *PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN HOMESMART RANTAU PRAPAT (Studi Kasus Saat Pandemi COVID-19)*. 15(April), 292–298.
- Safarudin Baihaky, Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1(2), 85–104.
- Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 286–298. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v5i2.168>
- Sari, D. K., & Sudardjat, I. (2015). nalisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 1, 49–56.
- Setyani, A. H., & Azhari, M. Z. (2021). Pengaruh Korean Wave Dan Ulasan Online Terhadap Minat Beli Produk Skin Care Korea Selatan. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(58), 67–74.
- Setyaningsih, E. D., Akuntansi, J., Bina, U., Informatika, S., Marwansyah, S., Akuntansi, J., Bina, U., & Informatika, S. (2019). *The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products*. 3(1), 64–79.
- Sifa, M. A. (2020). Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam (Kajian Pemikiran Abu Yusuf). *Journal of Sharia Economics*, 2(1), 29–46.
- Siskhawati, L., & Maulana, H. A. (2021). The Influence Of Brand Ambassador And Korean Wave On Purchase. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(1), 1–7.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. ALFABETA, cv.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Quality and Satisfaction* (Edisi 3). Andi Offset.

- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik*. Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, edisi keempat*. CV Andi Offset.
- Wulandari, R. D., Iskandar, D. A., & Bisnis, F. (2018). *Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik*. 3(1), 11–18.
- Yanthi, A. D., Hadi, P., & Astuti, M. (2020). Peran Korea Wave, Lifestyle Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Innisfree. *Prosiding Biema*, 1(1), 179–195.
- Yoeliastuti, Y., Darlin, E., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Penjualan Online Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(2), 212–223. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i2.425>
- Zakiah, A., Rifqi, N., & Zaituni, R. A. (2022). Muta ' allim : Jurnal Pendidikan Agama Islam FENOMENA PERGESERAN NILAI – NILAI RELIGIUS MAHASISWA PAI UIN MALANG AKIBAT KOREAN WAVE (K-POP DAN K-DRAMA) Fenomena Pergeseran Nilai-Nilai Religius Mahasiswa PAI UIN Malang Akibat Korean Wave (K-Pop dan K- D. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(1), 18–41.
- Zulfikar, F. (2017). *Partisipasi Kaum Difabel dalam Pembangunan Desa Inklusi (Studi Kasus Desa Sidorejo dan Desa Bumirejo, Kecamatan Lendah, Kabupaten Kulonprogo)*.